

Les estratègies i els recursos expressius en els magazins radiofònics

Margarida Bassols, Albert Rico i Anna M. Torrent

■ *Aquest article és fruit de l'anàlisi de quatre magazins radiofònics (El matí de Catalunya Ràdio, On vols anar a parar?, Un altre món i Serendípia) i, concretament, de la llengua oral que s'hi utilitza. De fet, l'objectiu primer de l'estudi és posar de manifest les estratègies lingüístiques dels presentadors que fan que el programa guanyi en empatia cap al receptor, que aconsegueixi connectar amb el seu públic de cada dia. S'hi vol respondre les preguntes: Com s'ho fan alguns conductors de magazins radiofònics per atreure l'audiència? Quines habilitats lingüístiques són més efectives a l'hora d'aconseguir l'atenció dels oients? Quines diferències hi ha entre ells?*

Paraules clau

Llenguatge radiofònic, oralitat, llengua col·loquial, frases fetes.

Margarida Bassols, Albert Rico i Anna M. Torrent
Membres del grup Llengua i Mèdia
de la Universitat Autònoma de Barcelona

1. Introducció

L'objecte d'aquest treball és l'anàlisi d'estratègies i recursos emprats pels conductors dels magazins radiofònics que tenen una audiència notable i que són emesos en català per ràdios ubicades a Catalunya. Tindrem en compte, eminentment, tots aquells elements lingüístics que tenen com a funció augmentar l'empatia amb el receptor i que, per tant, contribueixen a configurar un llenguatge radiofònic d'entreteniment. Ens referim a elements com ara els modismes, les frases fetes, els col·loquialismes i determinades figures retòriques com les metàfores i les comparacions.

2. Els magazins radiofònics

Un dels formats que té una llarga tradició radiofònica i que va saltar a les televisions americanes a partir de la dècada dels vuitanta del segle passat és el magazín.

Els magazins són programes que traslladen a l'audiovisual els recursos, l'estructura i els objectius que tenien les revistes de paper. Cerquen l'entreteniment, van adreçats a fer passar l'estona, però es basen en continguts de tipus informatiu més o menys lleugers. Es caracteritzen per oferir un seguit de seccions en què hi ha debats, entrevistes, col·loquis, concursos... Són, per tant, molt polimòrfics i heterogenis. Precisament el fet que tinguin aquesta estructura segmentada confereix un paper fonamental al conductor que de manera continuada lliga els trossets temàtics. Ell n'és l'eix i la garantia d'unitat. Adquireix tanta importància que podem dir que la majoria de presentadors de magazins són grans comunicadors, veus conegudes, professionals amb una trajectòria interessant.

Concretament, els magazins radiofònics, en ser emesos tan sols mitjançant el canal auditiu, sense l'ajuda inestima-

ble de la imatge,¹ presenten uns trets propis. La veu, els sons, la música i el silenci són les eines que els donen l'originalitat i la força comunicativa. D'aquí que siguin tan interessants a l'hora de fer-ne una anàlisi lingüística o discursiva. Tota la força il·locutiva dels seus enunciats recau en la selecció dels mots, en la corba entonativa, en els jocs de veus, en les imatges suggerides... La llengua juga amb l'espontaneïtat i la planificació; per tant, la competència lingüística i l'agilitat mental dels implicats s'hi posa a prova dia rere dia.

Si bé l'objectiu general que cerquen els magazins és l'entreteniment, l'entreteniment s'assoleix per vies diverses. Des de l'adopció d'un to humorístic, com ara a *On vols anar a parar?* o a *Un altre món*, fins al predomini del to seriós i endreçat, com ara a *El matí de Catalunya Ràdio* o *El Suplement*; que, malgrat tot, no menystenen l'humor. I s'hi arriba a partir del tractament de temes molt variats, com ara el temps, la música, els llibres, l'actualitat informativa, els protagonistes socials... Molts autors consideren que per aconseguir entretenir els seus guionistes es veuen abocats a la vulgarització dels continguts i, per tant, a una col·loquialització del discurs. El model de llengua que construeixen s'acosta al màxim al d'una conversa cara a cara perquè l'empatia amb l'oient hi és un requisit fonamental.

El format del magazín es caracteritza pel fet de tenir un emissor polifònic, ja que s'hi senten moltes veus. Juntament amb els conductors hi ha un equip de col·laboradors més o menys fixos i unes veus convidades, normalment triades per la seva actualitat o curiositat. Són els programes en què té més protagonisme la gent del carrer, s'hi senten i se'n parla. També es caracteritza per tenir un receptor heterogeni, ja que estan adreçats al públic en general (des del taxista fins a la mestressa de casa, des de l'estudiant fins al botiguer...), i una estructura segmentada, formada per microespais fixos i recognoscibles però emmarcada per una sintonia i una presentació identificadores. A la ràdio, a més, sol tenir una llargada considerable, molts magazins duren al voltant de les tres hores.

Els missatges vehiculats per aquesta mena de programes tenen una clara funció social. És evident que influeixen en la manera de pensar dels oients, en canvien els convenci-

ments i les opinions, els connecten entre ells d'una manera plaent. Transmeten concepcions sobre l'estructura social, l'organització familiar, l'ocupació del temps de lleure, els rols assignats a grups socials concrets, com ara els joves, les dones, la gent gran... Per tant, seguint Bassols (1997, p. 50-53), articulen el consens sobre la naturalesa de la realitat i sobre les ideologies, transmeten el sentit de ser membre d'una cultura determinada i impliquen els seus membres en el sistema de valors compartit, i exposen les adequacions o les inadequacions derivades d'un possible canvi. Ras i curt, tenen un paper socialitzador.

3. L'oralitat dels mitjans audiovisuals

La llengua oral ha senyorejat les relacions humanes durant segles i segles, i encara avui hi ha societats que la tenen com a únic mitjà d'expressió. L'oralitat primària, aquella que no té cap mena d'influència ni convivència amb l'escriptura, ha servit a la humanitat per evolucionar des dels seus orígens i ha desenvolupat un seguit de recursos i estratègies propis. És la llengua que s'usa en la conversa cara a cara i que aprofita tots els avantatges de la proximitat física i temporal entre els interlocutors. Els avenços tecnològics del final del segle XIX i sobretot del XX n'han ampliat molt els àmbits d'aplicació. Així, l'aparició del telèfon va fer possible una conversa espontània però sense la necessitat d'un espai compartit, i l'aparició del magnetòfon en va permetre l'emmagatzematge i la reproducció.

Tanmateix, la revolució més gran dins de la història de la llengua oral la provoca la possibilitat d'augmentar-ne considerablement el nombre de receptors, és a dir, la seva utilització en els anomenats mitjans de comunicació de massa. D'una conversa cara a cara o una xerrada entre un grup de coneguts o veïns, es passa a un emissor sovint coral, un equip de redacció, que fa arribar un missatge a un nombre molt considerable de receptors (pensem, si no, en les audiències milionàries d'alguns programes televisius).

El primer mitjà a cercar una audiència àmplia va ser, evidentment, la ràdio i dècades després s'hi va afegir la televisió, amb l'avantatge d'incorporar el canal visual. L'ora-

¹ Cada vegada es dona més el cas de programes que es poden veure alhora per televisió i internet.

litat que es dona en aquests mitjans ja té una relació molt íntima amb la llengua escrita perquè, en buscar la màxima comprensió, es preocupa de planificar el discurs i d'aconseguir uns enuncisats clars, breus i efectius. Ja no som en el món de l'oralitat primària, ens trobem en el que s'anomena l'oralitat secundària.

L'oralitat secundària té una gestació escrita i una producció oral, és a dir, es basa en textos escrits per ser dits en veu alta. Gairebé tothom sap que els presentadors dels telenotícies no improvisen pas el seu discurs, tot i que ho vulguin fer veure, sinó que el llegeixen en un teleapuntador; que els actors d'una telesèrie s'han après el paper i que els conductors d'un magazín radiofònic segueixen un guió pensat i escrit prèviament.

Aquesta segona oralitat no treballa pas des de zero, ignorant tot allò que és propi de l'oralitat primària. Al contrari, la té ben en compte, però al mateix temps aprofita els recursos que li brinda el procés d'elaboració de la llengua escrita, com ara l'ordenació de les idees, la manca de repeticions innecessàries, l'augment de la densitat informativa, l'eliminació de digressions secundàries, l'estructura canònica i la llargada de les frases, la selecció acurada del lèxic, el recurs a la puntuació per fer més fàcil l'elocució i la correcció normativa (atenta, però, als registres). Com que es pot planificar, pot ser més ordenada i clara i, per tant, més entenedora i accessible per a tothom.

Mentre que la primera oralitat es materialitza gairebé sempre en un registre col·loquial, de conversa de sobretaula, ja que la majoria de vegades té una formalitat més aviat baixa i una temàtica general (el temps, la família, la salut...); l'oralitat secundària pot rebre un tractament més formal, com el que trobem als informatius, o menys formal, com el de les telesèries, els concursos i els magazins. En aquests darrers programes, és precisament aquesta davallada de nivell el que fa que aconseguixin una gran empatia amb el receptor, perquè ell s'hi reconeix i s'hi identifica molt més. A més, qualsevol tema pot passar pel seu sedàs, des del sexe dels àngels fins a la retirada de Lluís Llach.

4. El corpus analitzat

Per elaborar aquest treball, s'han seleccionat quatre magazins en català, que per criteris d'audiència i per temàtica

general, no especialitzada, són interessants, mirant d'abraçar les dues grans cadenes públiques radiofòniques en català, Catalunya Ràdio i COMRàdio, les franges de matí i tarda d'entre setmana i els caps de setmana, i tenint en compte només les veus dels professionals.

Així, hem analitzat una edició d'*El matí de Catalunya Ràdio* i d'*On vols anar a parar?* de Catalunya Ràdio, i una d'*Un altre món* i de *Serendípia* de COMRàdio, emeses durant la setmana de la Mercè de 2007. Amb Antoni Bassas, Lluçia Ferrer, Xavier Duran i Clara Sánchez-Castro al capdavant dels seus equips.

5. El llenguatge colorista

L'observació del model de llengua emprat en els programes analitzats no en valorarà la qualitat lingüística, és a dir, els encerts o desencerts en la locució i l'aplicació de la morfologia, la sintaxi i el lèxic; sinó que intentarà detectar els recursos que s'hi usen per aconseguir l'empatia màxima amb l'oient, per aproximar-s'hi al màxim i captar-ne l'atenció. L'objectiu, doncs, serà el que s'anomena el llenguatge colorista, aquell que tenyeix d'expressivitat els missatges i que es basa en fraseologia i estereotips diversos.

Concretament, s'hi estudiaran les formes patrimonials i noves, i els procediments expressius més emprats, com ara la fraseologia, els col·loquialismes i les figures retòriques.

5.1. Les *formes patrimonials* són aquelles maneres de dir que constitueixen el pòsit més idiosincràtic de la llengua i que s'han transmès de generació en generació. Moltes fan referència al món rural i se centren en fenòmens com el pas del temps ("a bona hora", "no cantar-ne gall ni gallina"), la riquesa o la pobresa ("no tenir set pams de terra"), la duresa de les feines ("donar llenya a algú") o altres percepcions relacionades principalment amb el món físic ("alt com un campanar") o amb el caràcter i el comportament de les persones ("tenir l'esquena dreta", "ser del puny estret"). Aquestes formes, que perduren en determinats discursos, contrasten amb altres de més modernes, les *formes noves*, que tot i obeir al mateix interès expressiu i centrar-se sovint en els mateixos conceptes, abandonen determinades referències i no eviten incorporar termes argòtics o estrangerismes, com

“vendre la moto a algú”, “anar a la seva bola”, “ser un crack” o “feliuejar”.² En el cas dels magazins, l’ús d’unes o formes o d’unes altres és un primer punt d’interès.

5.2. Pel que fa als *procediments expressius* més emprats, obtenim la llista següent:

- a) La fraseologia. És comprensible que hi tingui molta presència: alegra l’expressió, ajuda el locutor a subratllar –i moltes vegades exagerar– els trets que vol destacar i la intenció del seu discurs, i també l’ajuda a connectar amb l’interlocutor o l’oient, perquè la fraseologia compartida els aproxima a tots dos. En definitiva, és una eina comunicativa inestimable.

La fraseologia dels magazins sol remetre a conceptes que es refereixen a la realitat o a l’actualitat, o fa referència a les actituds i el caràcter dels professionals que hi intervenen.

Dins de l’apartat de fraseologia tindrem en compte, a més, la fraseologia equivocada, que és conseqüència de la incompetència del locutor. Generalment, apareix per interferència, quan s’imposa la forma castellana sobre la catalana, de manera directa o per creuament (“de peu”, “en un obrir i tancar d’ulls”). També hi ha casos en què, sense que hi hagi interferència, hi ha una deformació de la frase feta catalana (“no es pot estar a missa i repicant”).

- b) Els àlies de persones i llocs. Anomenar algú o algun lloc mitjançant un àlies, per comptes d’usar el seu nom veritable, subratlla la pertinença de locutor i audiència a un mateix grup social i el coneixement que tots dos tenen dels referents propis del grup. Els àlies solen inspirar-se en la característica més rellevant de la persona o del lloc, però, en determinats magazins, també abunden àlies irònics muntats sobre alguna anècdota, acudit, broma o fet casual que agafa prou importància com perquè esdevingui per sempre el sobrenom de la persona que n’és l’autora o l’objecte. Així, un col·laborador d’*On vols anar a parar?* és esmentat amb els àlies

“Brokeback Serra” i “El cowboy” (amb al·lusió clara als protagonistes de la pel·lícula *Brokeback Mountain*), cosa que dona al discurs un toc humorístic i hiperbòlic, amb sobreentesos diversos atiatats pel conductor del programa.

- c) Els enunciats exclamatius. Les expansions exclamatives, amb les quals les persones deixem anar les nostres emocions i sentiments intensos, són força presents en els magazins. La llengua, doncs, es manifesta amb espontaneïtat i franquesa, com ho fan els amics quan conversen. Lluny de la contenció característica del discurs públic, el dels magazins no amaga les reaccions més primàries i íntimes per expressar l’opinió i els sentiments sobre qualsevol fet. Ara, la selecció de les expressions exclamatives pot variar força, des d’un moderat “Va ser fantàstic!” o “Mare meva!”, fins al més estripat “Amb aquesta pinta que té!”.
- d) Els col·loquialismes. Els magazins també són camp adobat per als col·loquialismes, tant si són genuïns com manllevats. Amb l’ús de paraules i expressions com “dinyar-la”, “xato”, “carinyo”, “bon rotllo”, “tenir un pollastre muntat”, “maca perquè sí”, el locutor es posa al nivell lingüístic de l’audiència, usant un registre d’estar per casa. D’aquesta manera es converteix en una persona molt propera i accessible: recordem que la majoria de magazins tenen espais de participació directa dels oients.
- e) Els vulgarismes. Només es poden trobar en alguns magazins: els que ofereixen un llenguatge i uns continguts més trencadors i desinhibits. Les referències són sexuals (“posar a parir”, “collonut”, “cony de bèstia”, “palla mental”), alguna vegada escatològiques (“tenir un merder”), però mai religioses.
- f) Les figures retòriques (metàfores, comparacions...). S’hi observa un ús força freqüent de figures que al·ludeixen al món de l’espectacle i dels mitjans de comunicació. Poden ser comparacions, que en alguns magazins no eviten la procacitat (“com si fos una *drag queen*”, “irritada com la natja

2 “Feliuejar”, per la cantant Núria Feliu.

de la Montserrat Caballé"); metonímies ("portar un Josep M. Bach a dins", "menjar calent [els redactors d'un diari]"); metàfores ("vendre il·lusions", "activar la brúixola interna"). En els magazins que ofereixen una llengua més primmirada, hi poden aparèixer altres figures, com la inversió ("les paraules el busquen a ell o ell busca les paraules") o la paradoxa ("l'alegria sempre em fa plorar"). Considerarem en un apartat especial les sil·lepsis, és a dir, aquelles expressions que tenen un doble significat, cosa que els permet crear malentesos i jugar amb continguts sexuals i escatològics.

- g) Els usos propis del grup de professionals del programa. El conductor del programa i els seus col·laboradors marquen un estil en la llengua del magazín que es va consolidant amb el temps, i que es diferencia de l'estil d'altres magazins, tant si són de la mateixa emissora com si no ho són. A part del to general del programa, la selecció que es fa dels recursos expressius n'és un factor determinant i sembla que s'encomani de conductor a col·laboradors, o a la inversa. Així, "grups caspa", "moment *freaky*" o el taral·leig de "oh la la, Llucià em fas vibrar", ens evoca un determinat magazín.
- h) Les expressions d'una altra llengua. Ens referim a expressions forànies utilitzades amb voluntat expressiva, no a les interferències involuntàries. De fet, la incorporació d'un nombre discret de paraules i expressions castellanes o angleses —com "pinganillo", "pechuga", "pillar", "freaky", "show business", "model vintage"— és pròpia del col·loquial, i dona un toc al llenguatge que oscil·la entre l'humor i una concepció de la modernitat.

6. Els programes analitzats

6.1. *El matí de Catalunya Ràdio* o el líder consolidat (26 de setembre de 2007)

De dilluns a divendres de 7.00 h a 11.45 h. En els primers 5 anys va ser conduït per Josep Cuní. Des de la temporada

1995-1996 el dirigeix Antoni Bassas i la temporada 2006-2007 va ser líder d'audiència en la seva franja horària, amb més de 400.000 oients.

Presentació³

Fins a les deu, notícies, entrevistes d'última hora o en profunditat als principals protagonistes de l'actualitat, l'anàlisi dels tertulians i el defensor de l'oient. El programa combina l'actualitat amb l'entreteniment i l'humor. Traiem les unitats mòbils al carrer, per donar puntual informació d'incidències o notícies a qualsevol hora.

Comentari

Dins dels magazins catalans, doncs, *El matí de Catalunya Ràdio* és un programa "clàssic", i això es manifesta en el tarannà del presentador. Antoni Bassas és mesurat en el to, però sempre manté un aire entusiasta, optimista; no aca para el temps per intervenir en els espais, però quan ho fa hi intervé de forma precisa i, si convé, s'hi implica.

Empatia amb el receptor

El matí de Catalunya Ràdio té una audiència consolidada i és el programa més escoltat a Catalunya en la seva franja horària. Per tant, podem dir que l'empatia hi funciona: el conductor i els seus oients es coneixen i s'entenen. Tot seguit analitzarem en quins aspectes es manifesta aquesta empatia.

Estructura

Com altres magazins, *El matí de Catalunya Ràdio* és un programa polifònic. El conductor disposa d'una colla de col·laboradors fixos, de tertulians, imitadors, i atén les intervencions de l'audiència, per telèfon, per correu electrònic i per correu ordinari. Cada dia es demana l'opinió dels oients sobre un o més temes d'actualitat, i els oients responen a la demanda. La sensació de l'oient és la d'escoltar un programa coral, on tothom hi pot dir la seva o, pel cap baix, on es recullen totes les opinions. El que diferencia *El matí de Catalunya Ràdio* d'altres magazins, però, és el paper del conductor, en aquesta polifonia que podria esdevenir, segons com, caòtica.

³ Ens basarem en les presentacions que els mateixos equips fan dels seus programes en la pàgina web corresponent.

Antoni Bassas dirigeix el desenvolupament del programa amb mà ferma i delicada alhora. Intervé en tots els apartats, però rarament n'és protagonista absolut. Amb seguretat, distribueix els torns de paraula a la tertúlia, resumeix o recapitula els aspectes que s'han tocat, quan cal, anuncia el que vindrà a continuació, enumera els sumaris... Fixa, lingüísticament, l'espai i el temps del programa, amb intervencions regulars dient l'hora, amb recapitulacions sobre el que s'ha dit en espais anteriors i anunciant els continguts que es tractaran a continuació, sobre l'entrevista de darrera hora, etc.

I aquesta distància amb què Bassas condueix el programa dóna més valor a les seves implicacions, quan es produeixen. Intervencions que ell s'encarrega de fer notar especialment (v. *infra*).

Veu

Té una veu de baríton, vellutada i harmoniosa, i una dicció clara, modèlica. Utilitza la modulació de la veu, l'entonació emfàtica, per indicar la seva actitud davant dels temes que comenta. Tendeix a subratllar el seu acord amb les coses que diuen els interlocutors amb lleus, però perceptibles, vocalitzacions.⁴ Manté sempre una actitud positiva, enèrgica; transmet entusiasme, però el seu tarannà és sempre contingut, gens discordat. Rebutja l'humor groller i la barroeria, i usa la ironia subtil i els tocs d'humor sempre que el tema ho permet.

Temes

En general, són temes d'actualitat. N'hi ha de més transcendents, com la crema de fotos del Rei, els pressupostos o els ajuts promesos pel govern Zapatero, que es tracten a la tertúlia. Les entrevistes també toquen assumptes d'actualitat: el dia mundial de les llengües, o l'assassinat de Litvinenko. Entremig, microespais de notícies i assumptes de caràcter més intemporal: com anomenem els pares (papa-mama, papà-mamà, pare-mare), o l'espai "Veritat o mentida", en què es demana quina és l'opinió dels oients sobre la frase d'un pensador (en el programa analitzat es tracta la frase d'Ortega i Gasset "l'enamorament és una

mena d'imbecilitat transitòria"). En tots els espais hi poden intervenir els oients, per telèfon o per correu electrònic.

La manera com el conductor i els col·laboradors del programa representen els temes mitjançant elements lingüístics en els enunciats, que tècnicament s'anomena modalització o modalitat, és un factor important en la complicitat que s'estableix entre radiofonistes i audiència. En aquest cas es tracta dels recursos lingüístics que revelen el grau de distància o d'implicació amb els assumptes tractats.

En *El matí de Catalunya Ràdio*, per exemple, es parla del tema de la crema de fotos del Rei, que Antoni Bassas introdueix amb l'enunciat "l'última tendència en matèria de protesta independentista...", més aviat distant, molt lluny de l'enardiment guerrer d'altres emissores. I les opinions dels tertulians seleccionats sobre el tema, naturalment, mantenen un to condigne.

Ara bé, no és que la passió o la presa de posició siguin insòlites en aquest magazín. En l'entrevista a la vídua de Litvinenko, Bassas modula les preguntes remarcant la importància del fet, s'hi implica, és summament delicat amb l'entrevistada; d'entrada, li diu: "Abans que res, deixi'm que subratlli el coratge que deu significar per a vostè... perquè a cada entrevista ha de recordar moments molt dolorosos"; i clou l'entrevista amb dues frases rotundes i una imprecació: "[...] només us puc desitjar que algun dia, en efecte, sapiguem la veritat, que els culpables siguin castigats i que la vergonya caigui sobre ells!". El mateix Bassas no s'està de manifestar la seva opinió quan apareix, en el microespai amb Judit Mascó, el tema polèmic de l'anunci de Nolita: la foto de la noia anorèxica. Davant de la posició dubitativa de la col·laboradora, Bassas és contundent: "Jo ho tinc claríssim. És un ús indecent, amb finalitats comercials, d'una malaltia."

En el programa analitzat, el conductor es creu obligat a justificar que es parli de les declaracions de Laporta (pas a la política, etc.), amb una declaració enèrgica: "Tanco aquesta qüestió... fent una nota a peu de pàgina [...] Que ningú no es pensi que si Catalunya Ràdio a les 9 del dematí està parlant d'això és perquè tingui ni cap indicació de ningú ni cap intuïció. És, senzillament, fruit de l'observació. El

4 La lingüista francesa Catherine Kerbrat-Orecchioni els anomena *grondisèmes*, de *grondir*, 'grunyar'.

senyor Laporta va fer unes manifestacions, el dia 11 de setembre [...] que ningú no hi vegi ni segones ni dolentes intencions de cap mena”.

Quan Bassas es troba especialment còmode, ho manifesta amb l'entonació festiva, amb l'humor. Això passa en

l'entrevista amb el lingüista David Crystal, al qual encoratja (“Endavant, sisplau”) a recitar els números, de l’1 al 10, quan aquest li diu que els ha après en basc. Uns minuts més tard li demanarà com sonaria la frase “Estic molt content de ser aquí” en boca de la reina o de Beckham...

Taula 1. Formes a *El matí de Catalunya Ràdio*

Patrimonials	Aquesta és bona..., colgats de correu, pujaran de valent (les temperatures), ... un quart tocat de dotze, però, què li semblava, que era massa refistolat?
Noves	No n'hi ha.

Font: elaboració pròpia.

Taula 2. Procediments més emprats a *El matí de Catalunya Ràdio*

Àlies persones/llocs	No n'hi ha. Casualment, un dels temes tractats en un dels espais en què es demana l'opinió dels oients és el de l'ús de <i>papa/mama, papà/mamà, pare/mare</i> .
Or. exclamatives i exclamacions	Ja han baixat les temperatures, però vaja, no ca I que us poseu l'abric! Una plaga, una plaga que no ens deixa! Endavant, sisplau! Jo ho tinc claríssim!
Col·loquialismes	Només faltaria que, ara, aquesta turista espanyola... <i>Cura especial amb la llengua:</i> Després de la contraportada d'Albert Sánchez -Piñol, que acaba dient, en boca d'un "iaio", "posa'm un xorrito de conyac al cafè", AB matisa, " <i>unes gotetes</i> ", volent pal·liar la presumpta desviació nyap (intencionada?) del col·laborador. Carinyo.
Vulgarismes i interferències	El programa els evita curosament . N'hem detectat un: "dematí".
Estereotips	Simplex mortals, mesura estrella, donar per tancada la crisi, anunci fallit, l'última tendència en matèria de protesta independentista...
Fig. retòriques	Imagineu-vos, doncs [...], és molt important, això que diu, que la vergonya caigui sobre ells! Avui toca abrigar -se! (abans del temps) . De totes maneres, si feia el paper d'un soldat soviètic, sembla que la història del cinema no es perd gaire [...], un gran partit en un horari lamentable, de què serveix fer un nou estadi...? (preg. retòrica) [...] si no s'hi posen figurants (per omplir -lo)
Usos propis	Es carrega (el trànsit)
Estrangerismes	No hi són importants.
Apel·lacions al receptor	Si hi penseu una miqueta, ho trobareu de seguida...
Sil·lepsi	

Font: elaboració pròpia.

6.2. On vols anar a parar? o Ritme i “bon rotllo”

(26 de setembre de 2007)

A Catalunya Ràdio, de dilluns a divendres de 4 a 7 de la tarda. Amb Lluçia Ferrer i un nombrós equip de copresentadors i col·laboradors habituals. Estrena: temporada 2006-2007. Audiència 2006-2007: 66.000 oients.

Presentació

L'On vols anar a parar? torna per seguir despertant-te a la tarda. El Lluçia Ferrer i les seves cuques serà l'encarregat de donar molt de ritme a les tardes de Catalunya Ràdio, buscant l'entreteniment però informant-te d'allò que t'interessa. Perquè l'On vols anar a parar? pica l'ullet als joves, però serà el programa ideal per distreure tota la família... A més, enguany hi haurà un nou concurs, entrevistes i punts constants d'ancoratge en l'actualitat.

Comentari

On vols anar a parar? ja és en la seva segona temporada. Aquest programa té la vista posada directament en la gent jove, però això no li impedeix recollir veus en off de criatures per apel·lar a la tendresa, i de la iaia Antònia, que té una força vital i humorística considerable. En resulta un espai amb molt de nervi, ple d'entonacions variades i rialles. El joc sexual i les discussions domèstiques entre conductor i conductora, i les lletres que versionen les cançons de presentació són recursos que aconsegueixen un grau de complicitat màxima entre els qui són davant del micròfon i els qui els escolten.

Empatia amb el receptor

L'equip del programa vol transmetre la sensació que l'oient l'acompanya i aconsegueix una empatia molt gran amb els oients. De fet, el seu registre s'acosta al col·loquial tant com ho permet el mitjà, simulant una conversa espontània i relacionada entre col·legues i utilitzant un ventall interessant de recursos, entre els quals destaca la sil·lepsi, sobretot amb sobreentesos de caire sexual, les exclamacions, els vulgarismes o les interferències, els estrangerismes i els col·loquialismes. El fet que en Lluçia Ferrer s'envolti del que ell anomena les seves “cuques” i, per tant, que utilitzi per referir-s'hi uns sobrenoms divertits reforça el joc humorístic. La participació de l'audiència hi té també un paper important, a través dels concursants, els correus electrònics, les entrevistes de vegades en directe a peu de carrer i les trucades. La distància entre presentadors i oients és mínima.

Estructura

El format de magazín s'omple amb una varietat notable de seccions: “L'entrevista”, “L'estadística del dia”, “La notícia del dia”, la paròdia de l'Armand Mauri i la Núria Feliu, “El càsting de la Simon”, “La repassada”, “La iaia Antònia”, “El concurs”, “Crònica des de Hollywood”, “Els viatges”, “Show business”, “Trucades d'ultratomba”, “Les brometes del Tuñón”, “Trencamites”, “El club Zampa Zampa”, “Teledubtes”... Seccions que se succeeixen amb rapidesa i que imprimeixen molt ritme a l'emissió. Aquesta segmentació en espais reduïts, microespais, té dos avantatges: la captació de l'atenció sense exigir un esforç continuat per mantenir-la i el reconeixement dels espais per part dels seguidors, que poden buscar i consumir aquells que els són més agradables.

Taula 3. Formes a *On vols anar a parar?*

Patrimonials	Quan no va tenir un plat a taula (quan estava arruïnat), hi dóna la volta (a una cosa), s'han pogut treure l'espina, em posa la pell de gallina, la teva mare anava fluixa (de cuina), en pau descansi, jo tinc mal dormir, jo no hi entenc un borrall, no ens la podem treure del cap, li va passar pel cap.
Noves	Guionejant, pornocòmic, versionar, esferificar, feliuejar.

Font: elaboració pròpia.

Veus

En el programa se senten moltes veus adultes joves que dialoguen i riuen juntes. I el to predominant no és radiofònic, amb veus imposades o emfàtiques, sinó molt natural. La conducció del Lluçia i la Susi resulta molt efectiva.

Temes

Encara que pugui semblar que el “bon rotllo” dóna al magazín un caràcter intranscendent, s’hi tracten temes d’actualitat amb una certa atenció, com ara el dia universal de les llengües o l’aparició d’un diari nou en aquesta edició.

Taula 4. Procediments més emprats a *On vols anar a parar?*

Àlies persones/llocs	Les cuques de l’ <i>On vols anar a parar?</i> , Toni Nemo Mates, Xavier Pollet Sanjuan, Òscar Cotorra Dolç, Joan Sargantana Terrats, la cuca de Súria, el fill pròdig d’Osona, Lluçia, Sussi , Brokeback Serra, El cowboy, El Trencaletes, L’home estrès.
Or. exclamatives i exclamacions	Iuho, tu diràs! No passa res! Sempre fent amics! Amb aquesta pinta que té! Va home va! No està malament, eh!, Atenció! Pornocòmic avui especial! Adiós! Pobre noi! Vinga! Com estàs, reina!?, Ups!
Col·loquialismes	On vols anar a parar? Mascota que ha tingut, mascota que l’ha dinyat, digue-li que no a la Simó, que si es gira; el canari la va dinyar, m’estàs deixant fred, què li passa a la meua iaia?, carai, carinyo; lo que fa bo, a qui dimonis se li va acudir, xato, la gent s’hi enganxarà a mirar la televisió per internet?, amb més bon rotllo, eren una mica manguis, tens més rotllo que..., amb aquell tio brut, la mossà, la pel·li, bueno, la tia, no vull vacil·lar, que no em vengui la moto, es porta això a Mataró?
Vulgarismes	Això sí que és collonut, cony de bèstia, una tortuga empenyada de cara, foten unes guerres i una punyalada, una pregunta que et pot semblar una parida, és una palla mental, qui em va parir! no ens fotrem mal, eh canalla; ara fotem la gamba.
Estereotips	
Fig. retòriques	Pots acabar amb uns ulls de japonès, mengen calent, els vostres redactors? (per guanyar diners), porta un Josep Maria Bachs a dins, és un concert orisha (perquè el cantant ja és mort), tu estàs irritada com la natja de la Montserrat Caballé, la frase ha quedat rasposa, estaven sota terra (enfonsats psíquicament).
Usos propis	Oh là, là, Lluçia em fas vibrar, mentalitat zona blava, moment més freaky, obert fins a l’amanir (per “amanecer”), telèfon U, LluçiaKen Ferrer, grups caspa.
Estrangerismes o interferències	Otro gallo cantará, swing, una cosa més xula, quin crack, una cosa bastant freak, el web, el halloween, show business, model vintage, rizando el rizo, ojo vago, la va pillar (per “agafar”), ho ha cascat tot a un diari (ho ha dit), amb aquest corrillo (grup de gent que parla), briconsejos (de bricolatge).
Apel·lacions al receptor	Nois i noies, amics, tu, benvingudes i benvinguts, amiga Mercè.
Sil·lepsi	L’Anna tenia conills al seu llit, conills? Que et fan treballar molt a les nits? No m’interpreteu malament, ara li explico lo que fa bo, no em toquis la ràdio, la repassada, després parlarem de la patata, però ara no ens interessa; no se’l posaven al dit, tu ja m’entens (l’anell, els grecs).

Font: elaboració pròpia.

Taula 5. Altres aspectes de la fraseologia a *On vols anar a parar?*

Fraseologia equivocada	<p>Estic amb tu (per “estic d’acord amb tu”)</p> <p>A la 7 del matí, de peu</p> <p>Li sonava a xino</p> <p>Una persona que sempre està a l’última</p> <p>Està molt de moda</p> <p>La notícia no té més (per “no diu res més”)</p> <p>He anat a aprendre llengües (per “idiomes”)</p>
------------------------	--

Font: elaboració pròpia.

6.3. *Un altre món* o l’optimització de recursos

(26 de setembre de 2007)

A COMRàdio, de dilluns a divendres de 4 a 7 de la tarda. Amb Jordi Duran i un equip reduït de professionals. En cur-siva, Albert Vico (subdirector del programa), que aquell dia no era al plató. Estrena: temporada 2006-2007.

Presentació

Capgirem les coses. Ens mirem la vida d’una altra manera. Entretenim informant, informem entretenint, infortenim, entreformem i acabem fent el què ens dóna la gana perquè les tardes de COMRàdio són tardes d’Un altre món. Felicitats pel programa!

Comentari

Aquest programa contempla amb mirada humorística les coses que passen al món i també cerca l’oient jove, però sense oblidar l’adult. Es basa força en les entrevistes a protagonistes dels fets més pròxims i en col·laboradors fixos. Fa servir alguns efectes sonors i molta música per a adults joves. Tracta temes lligats a l’actualitat i està basat fonamentalment en l’habilitat comunicativa del conductor.

Empatia amb el receptor

Es pot dir que tot l’esforç per aconseguir l’empatia amb el receptor recau en la persona del conductor del programa. S’hi troben a faltar, però, apel·lacions directes al receptor i més recursos humorístics. Sembla més aviat que tot s’ho fan els qui són al plató. El nombre de col·laboradors, més aviat reduït, fa que les seccions s’allarguin de vegades fins

als tres quarts d’hora, cosa que resta agilitat al programa. Amb tot, el conductor hi sap imprimir un aire desinhibit, que l’allunya dels magazins més informatius, i atén amb habilitat les abundants intervencions telefòniques dels oients.

Estructura

El format s’emplena amb diverses entrevistes a persones relacionades amb l’oci i l’espectacle i amb una tertúlia política. Té espais amb firma, com “La cuina de la Mireia Carbó” i “Les propostes de la Minguell”. I, a més, inclou segments dedicats a la música moderna i al món de l’automòbil.

Veu

La veu del conductor és agradable i franca, i la modula en funció de les seves reaccions emotives per transmetre una implicació directa en els temes que tracta.

Temes

Van des de l’actualitat del dia de les llengües i l’aparició d’un anunci d’impacte, fins al darrer disc d’una cantant jove, passant per una entrevista a un xiulador professional i un espai de cuina. La llargada de les seccions li permet tractar-los en profunditat. Així, per exemple, una parell de publicistes analitzen els pros i els contres de la tanca publicitària de l’empresa Nolita, en què surt retratada una noia anorèxica.

La música té un paper important en *Un altre món*. S’hi nota una certa sensibilitat cap al món musical d’ara. I no ens referim només a la música com a sintonia del programa, com passa a *On vols anar a parar?*, sinó com a objecte de comentari i selecció.

Taula 6. Formes a *Un altre món*

Patrimonials	Per als qui no estiguin al cas, també hi podeu dir la vostra.
Noves	Tunejar

Font: elaboració pròpia.

Taula 7. Procediments més emprats a *Un altre món*

Àlies persones/llocs	
Or. exclamatives i exclamacions	Va ser fantàstic! En Víctor tindrà un acompanyant de luxe! Molt bona!
Col·loquialismes	Les coses estan així, aquells nadons que surten per allà (vol dir la panxa), parts en trossos de piscina, alleugerir (per alleujar) el dolor, l'atac de pedres al fetge (pel ronyó), diguéssim, el debat deu captar l'atenció del carrer cosa fina, aquí tenim tendència a (per Catalunya)... faig moltes pífies, però aquesta no; Tant de bo tant de bo, maca perquè sí, no sé si LP ha al·lucinat, això serà un no parar, el fa venir així per la cara, tinc un merder muntat aquí, un pollastre, el tio, per favor, puc anar a pixar? al lavabo?, m'esteu acabant la paciència, <i>bueno, aquesta és canyera</i> .
Vulgarismes	Els agrada posar-se a parir, hi ha qui li emprenya molt que l'interrompin una pel·lícula, <i>collonut</i> , els agrada posar-se a parir.
Estereotips	
Fig. retòriques	Cesàries a pinyó fix, <i>Bono no és aigua clara</i> , és l'elegància feta home.
Usos propis	
Estrangerismes o interferències	Fa més rasqueta, trancasso, ens van marcar les maneres, quins temps, aquells! Tuning musical, les coses estan així, ve al cas aquest tema perquè..., de tot portar, lujo, no puc per menys que saludar-lo, està una mica en antecedents sobre aquest món, en aquest país, en tenim uns quants, d'aquests que van sobrats; un noi una mica gafe, cantant "en vivo y en directo", altra cosa, no; però això sí, allò s'havia d'enxufar, <i>és una mica raro, no sé si els gordos no es posen malalts</i> , aquí no entrem ni sortim, nosaltres, doncs, això ja ho tenim, no? (per "ja ho hem acabat"), les coses es roden fent-les.
Apel·lacions al receptor	
Sil·lepsi	Això és un altre món!
Ironia	El debat deu captar l'atenció del carrer cosa fina!

Font: elaboració pròpia.

Taula 8. Altres aspectes de la fraseologia a *Un altre món*

Fraseologia equivocada	Els que siguin de la corda pensaran... Dono fe: era excel·lent (per “en dono fe”), Us dono quatre pinzellades (per “us en dono”) A ella la posa (per “le pone”) ⁵
------------------------	---

Font: elaboració pròpia.

6.4. *Serendípia*. La mirada i la veu d'una dona

(23 de setembre de 2007)

COMRàdio, els dissabtes i diumenges de 9 a 12 del matí. Amb Clara Sánchez-Castro i un equip de col·laboradors. En cursiva, Santi, de Castelló. Estrena: temporada 2005-2006.

Presentació

Descobertes a l'atzar. Un ambient molt familiar. I coses, moltes coses... bones, per descomptat. Només cal deixar-se portar pel ritme de les ones hertzianes i disfrutar sense complexos del que sents a cada instant. Benvingut a Serendípia!

Comentari

Conduït per una veu femenina de Girona, aquest magazín ja va per la seva tercera temporada, de fet, va substituir el *Dies de ràdio* (2000-2005) d'Elisenda Roca. És un programa molt poètic, que usa els recursos retòrics, les apel·lacions al receptor i l'entonació per aconseguir la complicitat i la proximitat de l'oient. És un programa en què tenen cabuda la música amb *swing*, la filosofia de la vida i els llibres, amb un to molt natural i encertat i que va directe als sentiments.

Empatia amb el receptor

La Clara Sánchez-Castro fa el programa a partir d'una mirada particular sobre les coses de cada dia, sobre allò que ens preocupa i interessa en la vida diària. I ho fa d'una manera que l'oient té el convenciment que són les coses

que a ella també la preocupen i li interessen. S'emociona amb els comentaris dels seus col·laboradors i ho manifesta amb expressions exclamatives i amb molts recursos retòrics. Combina la intel·ligència amb les emocions usant un ritme pausat i relaxant, molt apropiat per als oients d'aquelles hores del matí dels dissabtes i diumenges. És la mateixa selecció dels temes allò que provoca una gran empatia amb el receptor.

La participació de l'oient també s'afavoreix amb la secció “Melodies domèstiques”, en què pot sol·licitar la seva cançó preferida amb una lletra *ad hoc*.

Estructura

El format de *Serendípia* inclou el repàs als diaris del dia i a les notícies més interessants de la setmana. Inclou els espais “Economia poètica”, “La brúixola interior” i “La cuina dels famosos”. També dedica una estona a la ciència, els llibres i les llibreries, i la televisió.

Veu

La veu de la presentadora és suggestiva, clara i expressiva, plena de matisos. Va directe al cor però posa en joc la intel·ligència.

Temes

Els temes que tracta *Serendípia* són de la vida més que no pas dels mitjans. En aquesta edició, per exemple, s'entreté a analitzar les repercussions que té sobre el nostre psiquisme i els nostres bioritmes el fet d'acabar les vacances i

⁵ El presentador necessita usar aquest castellanisme perquè es refereix a un disc en castellà que té aquest títol. Però no troba un equivalent en català per esmentar-lo a continuació.

Taula 9. Formes a *Serendípia*

Patrimonials	Les masses piquen, toqui fusta, que no ens passi, podríem anar tot xino-xano a una llibreria, s'aprofita per treure els draps bruts, sempre anem un pas endavant, de vegades sona la flauta per casualitat.
Noves	Heliciutat (ciutat amb helicòpters, però diuen "heliociutat"), desglamuritzar.

Font: elaboració pròpia.

Taula 10. Procediments més emprats a *Serendípia*

Àlies persones/llocs	Professor Morgades (el tracta de vostè), La megapresentadora.
Or. exclamatives i exclamacions	Quines tonteries! Home! Oi, quina por! Això és fantàstic! Som uns porcs! Jo sí que vaig carregada! Oi, oi, oi! Prou feina, tinc jo a casa! Vagi, vagi professor Morgades! Vale! Quantes cançons dedicades a la rutina! Això està bé! Ai, última hora del programa! Gran frase, aquesta! No m'ho puc creure! Ai una mica d'alegria, Santi! Vinga, una altra estrena! Home! Quines dents, mare meva! Ole, torero!
Col·loquialismes	Deixa't estar, m'ha vingut com una bafarada, això val una pasta, amb energia i bon rotllo, la d'estrenes que hem tingut!, la selecció no rutlla, i què, Santi? bueno, però... <i>la mala gossa de...</i> , i pim pam, jo no vull crear un mal rotllo.
Vulgarismes	
Estereotips	
Fig. retòriques	Les neurones no funcionen (no penseu a aquesta hora del matí), com si fos una <i>drag queen</i> , sóc una típica femella recol·lectora, les paraules el busquen a ell o ell busca les paraules, es defineix a ell mateix com una llevadora, tornem a activar la nostra brúixola interior, l'any comença al setembre, que fàcil quan ho explica l'Àlex Rovira i que difícil és..., a mi l'alegria sempre em fa plorar, avui és un bon dia per començar (a canviar), <i>Serendípia</i> , tots els caps de setmana del món (veu en off), harmonia natural (parlant de la Mascó), es dedica a vendre il·lusions, <i>estan suant com si vingueren dels santfermins</i> , la doctora Reyes, que sembla la petita de Poltergeist, em fa mal tota la cara (de riure), sort que no miro la tele perquè, si no, no passaria per la porta, ens has deixat de pedra.
Usos propis	Melodies domèstiques, que què és una melodia domèstica?
Estrangerismes o interferències	Com si fos una <i>drag queen</i> , com que tu ets el jefe..., a la ràdio també tenim <i>pinganillo</i> , fins aquí sabem, li dóna una mica el peu (com al teatre), si no, la petxuga arriba abans que ella.
Apel·lacions al receptor	Tuteig amb dítics i morfemes: si us dic, us parlaré, podeu llegir, clar, nois, a que no sabeu amb quins actors? tu no tens res a sobre la taula? la gran majoria de nosaltres, els nostres oients, expliqueu-nos coses.
Sil·lepsi	

Font: elaboració pròpia.

Taula 11. Altres aspectes de la fraseologia a *Serendípi*

Fraseologia equivocada	Tu, aquí, què (hi) veus
------------------------	-------------------------

Font: elaboració pròpia.

haver de tornar al treball i la rutina diària. Si s'hagués de trobar un denominador comú a les seccions del programa, aquest denominador seria la cultura. Els llibres, el cinema, el teatre, la poesia, la ciència, la música, la filosofia... hi són ben presents.

7. Estudi comparatiu

Un cop revisats els recursos lingüístics emprats per aquests quatre magazins radiofònics, pot ser interessant destacar-ne algunes diferències.

La primera té a veure amb l'objectiu de cada un. Mentre que *On vols anar a parar?* i *Un altre món* es defineixen com a magazins amb un cert toc humorístic (per tant, amb una funció d'entreteniment), *El matí de Catalunya Ràdio* té un caràcter més seriós i informatiu, tot i que també recorre a l'humor en algun dels seus espais, i *Serendípi* vol fer reflexionar sobre la vida i comentar aspectes de l'activitat cultural.

Això, lligat a l'horari d'emissió, implica que aquests programes tenen una audiència diferent. Mentre que el magazín del matí va adreçat a persones adultes que són a casa o al cotxe i que volen estar informades de les últimes notícies amb profunditat i de les darreres opinions polítiques, els de tarda estan pensats per a uns oients més joves, que volen passar una estona entretinguda. Finalment, el magazín dels caps de setmana té la particularitat d'emetre's en uns moments de poca activitat laboral, quan els joves més aviat dormen i alguns adults estan desperts, i no cobreix els cinc dies laborables, com fan els altres.

Tampoc no s'assemblen pel que fa al coneixement que tenen els oients dels continguts i dels presentadors. *El matí de Catalunya Ràdio* té una audiència molt consolidada, que ja gaudeix d'una complicitat històrica amb el programa i amb la ideologia més o menys implícita que arrossega, una

posició objectiva tenyida de nacionalisme. *On vols anar a parar?*, per la seva part, d'entrada ja podia aprofitar el fet que el seu presentador havia tingut èxit en d'altres mitjans, és una figura emergent, i ja havia assajat fórmules semblants a les que explota en aquest programa. El públic jove el podia, doncs, reconèixer fàcilment i el podia identificar amb una postura de "bon rotllo" bastant clara. *Un altre món* exigeix al seu presentador buscar una quota de mercat en competència amb Lluçia Ferrer i, per tant, a potenciar-ne un toc diferenciador. Amb molts menys recursos entaula una batalla desigual; però se'n surt força bé. *Serendípi* està abocat a una audiència més limitada, tot i que la personalitat de la presentadora hi dóna un toc d'originalitat, que el fa diferent i interessant.

Per acabar, i ja concretament pel que fa als recursos lingüístics empàtics comentats, es poden fer algunes observacions a tall de resum. *El matí de Catalunya Ràdio* no té gaires formes noves ni conté apel·lacions al receptor, evita els vulgarismes i usa un llenguatge molt acurat. *On vols anar a parar?* crea formes d'expressió noves, recorre als sobrenoms amb èxit i està ple de col·loquialismes, vulgarismes, estrangerismes o interferències i sil·lepsis, cosa que l'acosta molt a la seva audiència natural, el jovent, i el fa molt persuasiu. *Un altre món* segueix en aquesta línia però amb menys vitalitat lingüística i més estrangerismes o interferències. I, finalment, *Serendípi* basa la seva gran força en les figures retòriques, les apel·lacions als receptors i les exclamacions.

Bibliografia

ALCOVER, A. M.; MOLL, F. DE B. *Diccionari català-valencià-balear*. Palma de Mallorca: Impremta de Mn. Alcover/ Gràfiques Miramar/Moll, 1930-1962. 10 volums.

BASSOLS, M. "Els magazins". A: BASSOLS, M.; RICO, A.; TORRENT, A. M. *La llengua de TV3*. Barcelona: Empúries, 1997, p. 43-60.

CASALS, D.; FAURA, N.; TORRENT, A. M. *Futbol i llengua*. Bellaterra: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

ESPINAL, M. T. *Diccionari de sinònims de frases fetes*. Barcelona/València: Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat de València, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2004.

FAURA, N. *Futbol i llenguatge*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1998.

GRUP LLENGUA I MÈDIA. "Informe sobre la qualitat de la llengua de la televisió en català". A: *Informe de l'Audiovisual a Catalunya 2003*. Annex 7. A: *Quaderns del CAC*. Setembre de 2004, (número extraordinari).

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS. *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana i Edicions 62, 2007.

LORENTE, M. "Altres elements lèxics". A: SOLÀ, J. *et al. Gramàtica del català contemporani*. Barcelona: Editorial Empúries, 2002, p. 831-888.

MALLAFRÉ, J. *Llengua de tribu i llengua de polis. Bases d'una traducció literària*. Barcelona: Quaderns Crema, 1991.

PAYRATÓ, LL. *Oralment. Estudis de variació funcional*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1998.

PAYRATÓ, LL. "L'enunciació i la modalitat oracional". SOLÀ, J. *et al. Gramàtica del català contemporani*. Barcelona: Editorial Empúries, 2002, p. 1149-1220.

RASPALL, J.; MARTÍ, J. *Diccionari de locucions i de frases fetes*. Barcelona: Edicions 62, 1984.

RICO, A. "De les retransmissions dels partits de futbol". A: BASSOLS, M.; RICO, A.; TORRENT, A. M. *La llengua de TV3*. Barcelona: Empúries, 1997, p. 61-71.

TORRENT, A. M. "El llenguatge colorista en la locució futbolística". Conferència dins la Jornada Futbol i Llengua als Mitjans Audiovisuals. Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.